

รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่า
ผ่านเฟซบุ๊กเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

Communication Approaches for Participation in Forest Resources and
Wildlife Conservation through Facebook Page of the Department of
National Parks, Wildlife and Plant Conservation

อัจฉิมา สำเภาเงิน

นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยศรีปทุม

โทร. 02-561-0777 ต่อ 1170 E-mail: atjima2005@gmail.com

Atjima Sumpowngern

Master of Communication Arts, Sripatum University

รับเข้า: 20 มิถุนายน 2561 ตอบรับ: 26 กรกฎาคม 2561

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช จากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กเพจในรูปแบบต่าง ๆ 2) ศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มผู้ติดตามเฟซบุ๊กเพจ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ที่มีต่อรูปแบบและข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านเฟซบุ๊กกรมอุทยานแห่งชาติฯ และ 3) ศึกษาการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าที่สามารถนำไปปรับเป็นกลยุทธ์ในการสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ต่อไป ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบในการสื่อสารเพื่อส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ และสัตว์ป่าประกอบด้วย 1) การสื่อสารขององค์กร คือ การสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมตามภารกิจและเป้าหมายขององค์กรซึ่งสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล โดยรูปแบบการสื่อสารของเพจมีการนำเสนอด้วย ภาพ วิดีโอ บทความ กิจกรรม และการสนทนา 2) พฤติกรรมของกลุ่มแฟนเพจกรมอุทยานแห่งชาติฯ ที่แสดงออก ประกอบด้วย การกดถูกใจ การส่งต่อข้อมูล และการแสดงความคิดเห็น 3) การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าของกลุ่มแฟนเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช แบ่งออกเป็น การปฏิบัติตนในการอนุรักษ์การสนับสนุน/ส่งเสริมการเสนอแนะ และด้านอื่น ๆ ซึ่งผลของการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับเป้าหมายตามภารกิจของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กเพจ คือ เวลาที่โพสต์ เนื้อหาที่โพสต์ ฯลฯ

คำสำคัญ: การสื่อสาร เฟซบุ๊กเพจ การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

Abstract

The research on “Communication approach for participation in forest resources and wildlife conservation through Facebook page of the Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation” was a qualitative research.

The purpose of this research was to study the information communication model for participation in conservation of forest and wildlife resources of the Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation by presenting information via Facebook page in different formats. A study of the behavior of the National Park, Wildlife and Plant Conservation Department's followers on the format and information presented. The Facebook DNP. study on participation in forest resource conservation and the research found the communication approach in order to participate in wildlife conservation and forest resources; those were; 1) Organizational communication as the creation of awareness and participation based on the mission and goals of the organization, in line with government policies. The communication style of the page presenting with pictures, videos, articles, activities, and conversations, 2) the behavior of the fan club members of the National Park Service is expressed through the submission of information, 3) participation in forest and wildlife conservation activities of the fan club, National Park, Wildlife and Plant Conservation Division divided into conservation, support/promotion, and other suggestions. The effect of participating in resource conservation is happening. The factors affecting the engagement of Facebook page communication were the time it took to post content.

Keywords: communication, Facebook pages, participatory, Department of National Parks, wildlife and plant conservation

บทนำ

บริษัท โซเชียล มีเดีย จำกัด (2560, ออนไลน์) สรุปลสถิติผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในไทยจากงาน Thailand Social Awards 2016 ได้รวบรวมจำนวนผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ล่าสุดในประเทศไทยจนถึงเดือนพฤษภาคม ปี 2559 พบว่า มีผู้ใช้เฟซบุ๊กถึง 41 ล้านยูสเซอร์ (User) มีการเติบโต 17% และมีจำนวนเพจ 700,000 เพจ การปรับนำเอาเฟซบุ๊กมาใช้ในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนเป็นการสื่อสารที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้อย่างรวดเร็ว เข้าถึงได้ง่าย สื่อความหมายต่าง ๆ ได้ดีสามารถใช้เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความคิดเห็น

การเรียนรู้และเสริมประสบการณ์ระหว่างกลุ่มด้วยกัน ก่อให้เกิดคุณประโยชน์ที่สำคัญในการนำมาใช้ การประชาสัมพันธ์ภารกิจ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงานได้ อีกทั้ง เป็นสื่อที่ประหยัดเหมาะสมต่อการใช้สามารถปรับใช้ให้เหมาะสมตามสถานการณ์

สืบเนื่องจากปัจจุบัน พบว่าปัญหาพื้นที่ป่าต้นน้ำเสื่อมสภาพบนพื้นที่สูงชันมีการถูกบุกรุกและ ทำลายเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดปัญหาลำน้ำแห้งขอดในช่วงฤดูแล้ง เกิดปัญหาน้ำป่าไหลหลาก ในช่วงฤดูฝนจนเกิดเป็นอุทกภัยและดินโคลนถล่ม รัฐบาลได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและได้สั่งการ ให้กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2560) ในส่วนของสถานการณ์ด้านการล่าสัตว์ป่า ถึงแม้จะมีมาตรการ ประกาศพื้นที่ไว้เป็นที่ยู่ออาศัยของสัตว์ป่า และมีมาตรการในการควบคุมการใช้ประโยชน์จากสัตว์ป่า แล้ว แต่มีปัจจัยภายนอกเข้ามามีผลกระทบต่อการดำรงอยู่ของสัตว์ป่าเสมอ ปัญหาและสถานการณ์ ดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อความสมดุลทางธรรมชาติและระบบนิเวศ

กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ในฐานะหน่วยงานที่รับผิดชอบในการดูแลด้าน พื้นที่ป่าอนุรักษ์ จำเป็นต้องเร่งเข้าไปดำเนินการแก้ไขดังกล่าวทั้งในด้านของการป้องกัน การฟื้นฟู สร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชน และส่งเสริมปลูกจิตสำนึกให้ชุมชนมีความรู้สึก ห่วงแหนและมีส่วนร่วมในการดูแลทรัพยากรของชาติของยั่งยืนต่อไป และเพื่อสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ไทยแลนด์ 4.0 ที่เน้นการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนา ประเทศ โดยมาปรับใช้ในการสื่อสารแบบดิจิทัลมาเพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการสร้างการรับรู้เพื่อให้ ประชาชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ สัตว์ป่าที่ ประกอบกับอิทธิพลของการใช้ อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีเพิ่มมากขึ้น กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช จึงมี การปรับแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างความรับรู้เข้าใจแก่ประชาชน โดยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ประเภทเฟซบุ๊ก (Facebook) มาเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการสื่อสารสู่ประชาชน ด้วยการนำเสนอข้อมูล องค์กร และบริการต่าง ๆ ซึ่งนับว่าเป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนในการสร้างความรู้ ความเข้าใจใน ภารกิจหน้าที่ของกรม และการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าแล้ว ยังเป็นการสร้างความ สัมพันธภาพระหว่างองค์กรภาครัฐกับประชาชนได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

จากแนวคิดการสื่อสารผ่านสื่อใหม่และเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดย พิชิต วิจิตรบุญรักษ์ (2560: 20) ได้กล่าวว่า สื่อแห่งอนาคตการสื่อสารข้อมูลของมนุษย์ประกอบไปด้วยผู้ส่งสาร ข้อมูล สื่อ และผู้รับสาร ซึ่งไม่ว่าจะสื่อสารด้วยวิธีใด สิ่งที่ต้องการ คือ การที่ผู้รับสารได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา ซึ่งการใช้เพจในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารขององค์กร เป็นการช่วยสนับสนุน การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรให้สำเร็จได้ ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ ล้วนจำเป็นต้องอาศัยกลไกการ สื่อสารเป็นเครื่องมือเชื่อมโยงที่สำคัญ (รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง, 2558: 20) ทั้งนี้องค์ประกอบขององค์กรจะ สามารถช่วยอธิบายลักษณะขององค์กรได้ชัดเจนขึ้น ให้เห็นถึงการเชื่อมโยงปัจจัยและโครงสร้างต่าง ๆ

ในการกำหนดแนวทางในการทำงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กรได้ ซึ่งการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับประชาชนเพื่อการอนุรักษ์นั้น เป็นการสร้างให้ประชาชน กลุ่มคน องค์กรภาครัฐ เอกชน วัด โรงเรียน ได้รับรู้และตระหนักถึงผลกระทบต่าง ๆ ร่วมกันเพื่อนำไปสู่การมีส่วนร่วมในการร่วมคิดวางแผนปฏิบัติ ร่วมดำเนินงาน ร่วมติดตามผล แก้ไขปัญหา ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรับประโยชน์ในการอนุรักษ์ เพื่อการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนในพื้นที่ (พีระพงษ์ หอศิลป์, 2551: 61)

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ศึกษาแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ และสัตว์ป่า ผ่านแผนเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช โดยผู้สนใจสามารถนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุง รูปแบบ แนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ สัตว์ป่า ผ่านแผนเพจเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าผ่านเพจบุ๊กเพจของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มผู้ติดตามเพจบุ๊กเพจของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ที่มีต่อรูปแบบและข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ
3. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าของผู้ติดตามเพจบุ๊กเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการจากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face to Face Interview: F2F) การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Telephone Interview) ในการเก็บข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ตามแนวคิดทฤษฎีที่ใช้เป็นกรอบศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังด้วยวิธีการนำเสนอผลการวิจัยเป็นเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) อภิปรายข้อมูล และบรรยายสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อนำมาศึกษาแนวทางการสื่อสาร รูปแบบ และการสนทนาที่ใช้ในการบริหารความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนร่วมของเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เพื่อทราบถึงการยอมรับ ติดตาม และการมีส่วนร่วมในการใช้เพจบุ๊กอย่างต่อเนื่อง โดยการใช้การเก็บข้อมูลจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกโดยแบ่งกลุ่มเป้าหมายเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มองค์กร คือ บุคคลที่ทำงานในกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดทำเผยแพร่ข่าวสารในเพจบุ๊กที่เป็นผู้มีส่วนร่วมของเพจบุ๊กกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช โดยสามารถอธิบายรายละเอียด ดังนี้

1. กลุ่มที่มาจากองค์กร คือ บุคลากรกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ที่มีบทบาทหน้าที่ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ จัดทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และมีการติดต่อประสานงานกับกลุ่มเครือข่ายอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้โดยตรงโดย เลือกสัมภาษณ์บุคคล จำนวน 4 คน ประกอบด้วยผู้บริหารจำนวน 1 คน และผู้ปฏิบัติจำนวน 3 คน

2. กลุ่มผู้ติดตามเฟซบุ๊กเพจ คือ บุคคลที่ติดตามเฟซบุ๊กกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และรับบริการ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีการใช้ประโยชน์ของข้อมูล หรือมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งผู้วิจัยได้จัดกลุ่มผู้ติดตามเฟซบุ๊กเพจตามลักษณะการใช้ประโยชน์ของข้อมูลข่าวสารจากหน้าเฟซบุ๊กเพจ เป็นจำนวน 4 กลุ่มย่อย กลุ่มละ 5 คน ดังนี้

2.1 กลุ่มงานอนุรักษ์ คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน รัฐวิสาหกิจ มูลนิธิ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดูแลระบบนิเวศน์ หรือจัดกิจกรรมโครงการเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสัตว์ป่า

2.2 กลุ่มงานศึกษาวิจัย คือ นักวิจัย นักวิชาการ อาจารย์ นักเรียน นักศึกษา ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการศึกษา ค้นคว้า วิจัย ให้ความรู้ หรือนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษา

2.3 กลุ่มงานบริหารจัดการทรัพยากร คือ ประชาชนทั่วไป นักท่องเที่ยว สื่อมวลชนผู้ที่มีส่วนร่วมใช้ทรัพยากร ด้านท่องเที่ยววนันทนาการ ความบันเทิง ส่งต่อข้อมูลสู่สาธารณะ

2.4 กลุ่มส่งเสริมการใช้ประโยชน์ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจบันเทิง หรือหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจที่มีความส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการใช้ประโยชน์ในพื้นที่เพื่อผลประโยชน์ส่วนตนหรือองค์กร

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ผลวิเคราะห์จากการสังเกต และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากรูปแบบในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร (Content) ของเฟซบุ๊กกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ภาพประจำตัว (Profile) เนื้อหา (Content) วิดีโอ (VDO) กิจกรรม (Event) การสนทนา (Comment) กล่องข้อความ (Inbox) และที่เป็นการสัมภาษณ์บุคคล ส่วนข้อมูลทุติยภูมิเป็นข้อมูลประเภทเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ทำการศึกษาวิจัย โดยใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบแนวทางเพื่อใช้ทำการวิเคราะห์ในแต่ละประเด็นที่ทำการศึกษา ซึ่งการนำเสนอข้อมูลและเขียนรายงานการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลไม่ประสงค์เปิดเผยและนามสกุลเพื่อป้องกันความเสียหายของผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยมีความจำเป็นต้องปิดบังชื่อและนามสกุลของผู้ให้ข้อมูลจึงขอใช้นามสมมติสำหรับการอ้างอิง

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เป็นกระบวนการสื่อสารของการสื่อสารเพื่อจูงใจกลุ่มเป้าหมาย มุ่งสร้างการรับรู้และสร้างการมีส่วนร่วม สอดคล้องกับภารกิจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ทั้งในส่วนของการประชาสัมพันธ์

กระตุ้นจิตสำนึก ส่งเสริมการแสดงความคิดเห็นไปยังสมาชิกแฟนเพจให้รู้จักคุ้นเคยและเกิดจิตสำนึกที่ดีจนเกิดการเป็นส่วนหนึ่งการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่า สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ลักษณะสำคัญขององค์กร

1.1 กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เป็นหน่วยงานราชการที่ดูแลพื้นที่อนุรักษ์อยู่ในสังกัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรับผิดชอบดูแลพื้นที่ป่าอนุรักษ์ 72.37 ล้านไร่ มีการแบ่งโครงสร้างองค์กรและการทำงานเป็นสำนัก โดยมีสำนักในส่วนกลางจำนวน 11 สำนัก 2 กลุ่ม 2 กอง และหน่วยงานในส่วนภูมิภาคอีกจำนวน 16 สำนัก และ 5 สาขา

1.2 เป้าหมายตามภารกิจของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช คือ การป้องกันพื้นที่ป่าอนุรักษ์ 80.88 ล้านไร่ และเพิ่มพื้นที่ป่า 22.70 ล้านไร่

1.3 ลักษณะของผู้มีส่วนร่วม หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ของข้อมูลที่แตกต่างกัน โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มงานอนุรักษ์ คุ่มครอง และฟื้นฟูทรัพยากรป่าไม้สัตว์ป่า 2) กลุ่มงานวิจัย พัฒนาด้านวิชาการ 3) กลุ่มงานบริหารจัดการทรัพยากรป่าไม้ และสัตว์ป่า 4) กลุ่มงานส่งเสริมการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสมดุลและยั่งยืน

1.4 ด้านเทคโนโลยี (Technology) มีการนำเพชบุรีมาใช้ในการช่วยสนับสนุนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

2. การสื่อสารผ่านเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

การสื่อสารผ่านเพจเพชบุรีกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีเป้าหมายสอดคล้องกับแนวคิดเป้าหมายในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของ ภิกษุ ชัยนรินทร์ (2524) โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้ 1) มีสมาชิกแฟนเพจ จำนวน 100,000 คน ภายในปี 2561 2) มียอดการเข้าถึงข้อมูลของประชาชน 5,000 คน/โพสต์ 3) เผยแพร่ข่าวสารอย่างน้อย 4 ครั้ง/วัน 4) มีผู้เฝ้าระวังและมีส่วนช่วยแจ้งเบาะแสการกระทำผิดด้านป่าไม้ สัตว์ป่า

2.1 ลักษณะการสื่อสาร ประกอบด้วย ชื่อเพจ ชื่อผู้ใช้ ภาพประจำตัว รูปแบบหน้าปก และคำอธิบายแบบสั้น ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 หน้าเพจเพชบุรีกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

ที่มา: www.facebook.com/dnp1362 (2560: ออนไลน์)

จากการสังเกตและการวิเคราะห์ลักษณะที่ปรากฏหน้าเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ด้วยองค์ประกอบ 5 ประการ สามารถแสดงรายละเอียดองค์ประกอบของเพจที่พบในด้านต่าง ๆ ดังตาราง ต่อไปนี้

ตารางที่ 1 องค์ประกอบของเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

องค์ประกอบของเพจ	ลักษณะที่ปรากฏ	ความหมายที่ได้
1. ชื่อเพจ (Name)	กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	ความน่าเชื่อถือของข้อมูล
2. ชื่อผู้ใช้ (User name)	@DNP1362	1. อักษรย่อภาษาอังกฤษขององค์กร 2. เบอร์โทรสายด่วน
3. ภาพประจำตัว (Profile picture)	ตราสัญลักษณ์กรมและมีพื้นเป็นลายพรางพิทักษ์ป่า	ความเป็นอัตลักษณ์ในองค์กร
4. รูปแบบหน้าปก (Cover Photo)	1. ภาพป่าไม้ที่สมบูรณ์ 2. ตราสัญลักษณ์กรม 3. วิสัยทัศน์	1. ความสมบูรณ์ของผืนป่า 2. อัตลักษณ์องค์กร 3. เป้าหมายองค์กร
5. คำอธิบายแบบสั้น (Shot Description)	1. ภาพเสือกำลังเล่นกันภายในป่า 2. ข้อความชวนคิด 3. ความหมายของภารกิจกรม	1. ความน่ารักของสัตว์ป่า 2. ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ 3. การให้แง่คิด / การรับรู้

ผู้จัดทำเพชบุรีเพจได้กล่าวว่า

“เพชบุรีเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีลักษณะเป็นแบบแฟนเพจ (Fanpage) โดยใช้ชื่อว่า “กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช” เนื่องจากเป็นเพชบุรีหลักของกรม จึงสื่อสารชื่อไปโดยตรงเพื่อให้ทุกคนที่ได้เห็นทราบได้ทันทีที่จะ อีกร้อยถ้ามีการสืบค้นข้อมูลก็จะช่วยให้ทุกคนหาข้อมูลได้ง่าย ภาพต่าง ๆ ที่เราใช้จะเน้นถึงความเป็นอัตลักษณ์ของกรม เน้นการสื่อสารข้อมูลที่เข้าใจง่าย” จอย. (20 กุมภาพันธ์ 2561) สัมภาษณ์. นักวิชาการป่าไม้ กรมอุทยานแห่งชาติ

“ชื่อผู้ใช้ หรือ @ (แอตไซน์) ที่กรมใช้ คือ @DNP1362 โดยอักษรย่อ DNP มาจากคำว่า Department National Parks, Wildlife and Plant Conservation ซึ่งเป็นชื่อภาษาอังกฤษของกรมอุทยานแห่งชาติฯ ส่วนตัวเลข 1362 เป็นเลขหมายสายด่วนของกรมอุทยานแห่งชาติฯ ที่บริการรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการช่วยเหลือ สัตว์ป่า ปัญหาไฟป่า และการบุกรุกพื้นที่ป่า ตลอด 24 ชั่วโมง เราอยากเน้นย้ำให้คนจำความหมายเหล่านี้ได้มาก ๆ ซึ่งเวลาที่เรานำเสนอข่าวหรือข้อมูล เราก็พยายามใช้แฮชแทก DNP1362 ตลอด ซึ่งหากใครไปพิมพ์ในกูเกิล เมื่อพิมพ์ DNP1362 ก็จะขึ้นข่าวและข้อมูลที่เรเคยโพสต์และนำเสนอไปแล้ว” วัฒน. (20 กุมภาพันธ์ 2561) สัมภาษณ์. ช่างภาพ ระดับ ส 2 กรมอุทยานแห่งชาติฯ

จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบเพจที่แสดงทั้งหมด บ่งบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ที่เกี่ยวข้องกับการกิจในการดูแลและอนุรักษ์ทรัพยากร

2.2 รูปแบบการสื่อสารของเพจ ประกอบด้วย ภาพ วิดีโอ บทความ กิจกรรม และการสนทนาจากการวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารผ่านเพจเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 รูปแบบการสื่อสารผ่านเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

รูปแบบการสื่อสาร	ลักษณะที่ปรากฏ	ความหมายที่ได้
1. ภาพ (picture)	1. ภาพสื่อความหมาย	1. สื่อสารด้วยอารมณ์ความรู้สึก
	2. ภาพประกอบเนื้อหา	2. สวยงาม กระตุ้นอารมณ์
	3. ภาพอินโฟกราฟฟิก	3. เข้าใจเนื้อหาที่สื่อสารได้ง่าย
2. วิดีโอ (Video)	1. คลิป	1. เป็นเหตุการณ์จริง รวดเร็ว
	2. สปอต 30 วินาที	2. กระตุ้น รมรงค์
	3. วิดีโอกิจกรรม	3. สรุปงานหลังจบกิจกรรม
3. บทความ (Article)	1. ข่าว	1. ทันเหตุการณ์ สร้างการรับรู้
	2. เล่าเรื่อง / บรรยาย	2. สร้างการรับรู้
	3. ให้ความรู้	3. สร้างความเข้าใจ
	4. ชักจูงใจ	4. ให้ปฏิบัติตาม หรือบอกต่อ
4. กิจกรรม (Event)	1. กิจกรรมหน้าเพจ	1. สร้างการมีส่วนร่วมกับสมาชิกเพจ
	2. กิจกรรมภายใน	2. แจ้งให้ทราบ
	3. กิจกรรมภายนอก	3. เชิญร่วมกิจกรรม
5. การสนทนา (Conversation)	1. การโต้ตอบหน้ากระดาน ข้อความ (wall)	1. สร้างความเป็นมิตร
	2. การสนทนาด้านข้อความ	2. บริการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง
	3. (Inbox)	

จากการสังเกตข้อมูลเชิงลึกของเพจเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช จะใช้วิธีการสื่อสารโดยวิธีการโพสต์ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งวัดจากการรับรู้ข้อมูลและการมีส่วนร่วมสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท คือ รูปภาพ (Picture) วิดีโอ (Video) บทความ (Article) กิจกรรม (Event) และการสนทนา (Chat) และการตอบข้อความ (Inbox)

2.3 ขั้นตอนการสื่อสาร การเตรียมเนื้อหาข้อมูลจะสอดคล้องกับนโยบายการสร้างความรู้เข้าใจตามนโยบายของรัฐบาล และสอดคล้องกับภารกิจการทำงานใน 15 ด้าน คือ ด้านอุทยานแห่งชาติ ด้านการควบคุมไฟป่า ด้านการอนุรักษ์และจัดการต้นน้ำ ด้านการฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่อนุรักษ์ ด้านอนุรักษ์สัตว์ป่า ด้านการคุ้มครองพันธุ์สัตว์ป่าและพืชป่าตามอนุสัญญา (Cites) ด้านการวิจัยการอนุรักษ์ป่าไม้และพันธุ์พืช ด้านงานสนองงานพระราชดำริ ด้านป้องกันและปราบปรามการบุก

รูกป่า ด้านส่งเสริม คุณธรรม จริยธรรม ด้านการจัดการพื้นที่คุ้มครองที่เป็นมรดกโลกและพื้นที่คุ้มครองข้ามพรมแดนระหว่างประเทศ ด้านการปรับตัวรับมือภัยพิบัติในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ ด้านการจัดการสารสนเทศ ด้านกฎหมายเกี่ยวกับการป่าไม้ และการดำเนินงานด้านการมีส่วนร่วม

2.4 การนำเสนอข้อมูล การโพสต์ของเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ได้มีการกำหนดรูปแบบการโพสต์ ดังนี้

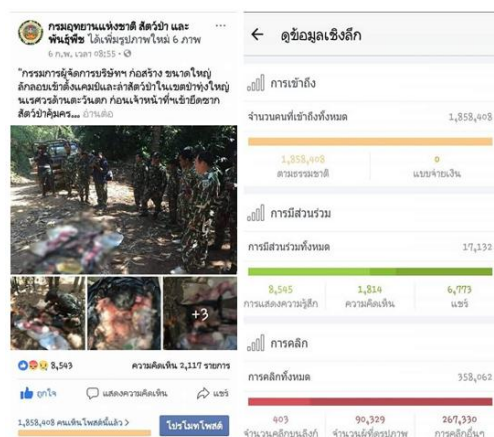
2.4.1 เวลาเพจมีการกำหนดเวลาในการโพสต์เป็น 4 ช่วงเวลาตามผลการวิเคราะห์การเข้าถึงข้อมูลของสมาชิกแฟนเพจ ดังนี้ 1) เวลา 06.30 - 08.30 น. 2) เวลา 10.00 - 12.00 น. 3) เวลา 13.00 - 15.00 น. 4) เวลา 19.00 - 22.00 น. และช่วงเวลาพิเศษ จะเป็นการนำเสนอกรณีที่มีข่าวด่วน หรือการชี้แจงข่าว สามารถโพสต์เวลาใดก็ได้

2.4.2 รูปแบบการโพสต์ สามารถสรุปได้ ดังนี้ 1) การโพสต์รูปภาพไม่เกิน 5 ภาพ 2) เน้นผลิตเนื้อหาเองเพจจะไม่เน้นแชร์ข้อมูลมาจากที่อื่น 3) ใช้การพาดหัวเรื่องที่โพสต์ เพื่อสะดุดตาแก่ผู้อ่าน 4) เน้นใช้ภาพถ่ายจากธรรมชาติเพื่อดึงดูดความสนใจ 5) ใช้ภาษากึ่งราชการและสุภาพแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ของภาครัฐ 6) เน้นเขียนข้อความที่โพสต์แบบภาษาข่าว เพื่อให้ผู้อ่านสามารถนำไปเผยแพร่สู่สาธารณะได้ทันที

3. มีส่วนร่วมของของแฟนเพจ

จากผลการวิจัย สรุปได้ว่า การนำไปใช้ประโยชน์ของแฟนเพจนำไปสู่การมีส่วนร่วมกับเพจซึ่ง สามารถสรุปการนำไปใช้ประโยชน์ได้ 3 ด้าน คือ ด้านการศึกษา ด้านการท่องเที่ยว และการนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน เช่น เมื่อทราบข้อมูลกฎหมายเกี่ยวกับป่าไม้และสัตว์ป่า ก็จะมีการปฏิบัติตนไม่ละเมิดกฎหมาย หรือการนำข้อมูลไปใช้ในการเผยแพร่ต่อสู่สาธารณะ เป็นต้น

3.1 การมีส่วนร่วมต่อการสื่อสารของเพจ เป็นการสื่อสารผ่านหน้าเพจ ประกอบด้วย ถูกใจ (Like) การส่งต่อข้อมูล (Share) และแสดงความคิดเห็น (Comment) ตัวอย่างการมีส่วนร่วมการสื่อสารของเฟซบุ๊กเพจ ตามภาพที่ 2



ภาพที่ 2 หน้าเพจเฟซบุ๊กกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช
ที่มา: www.facebook.com/dnp1362 (2560: ออนไลน์)

3.2 การมีส่วนร่วมต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่า สามารถสรุปได้ 3 ด้าน คือ 1) การปฏิบัติตนในการอนุรักษ์ 2) ส่งเสริมและสนับสนุน เป็นส่วนสำคัญในปกป้องทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และ 3) เสนอแนะ เป็นการช่วยบอกแนะนำการทำงานต่าง ๆ

“เวลาที่ผมไปท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติ ผมก็จะปฏิบัติตามกฎระเบียบ และ ไม่ทิ้งขยะในเขตพื้นที่ห้ามทิ้งครับและจะช่วยเตือนเพื่อน ๆ หากเห็นใครกำลังกระทำผิด ” อ้อ (8 มีนาคม 2561) **สัมภาษณ์.** บล็อกเกอร์ท่องเที่ยว. เพจตามรอยลุงอ้อ

“ผมในฐานะอาจารย์ก็สอนวิชาด้านที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตรงนี้มีประโยชน์กับทางมหาวิทยาลัยมากครับ ผมได้นำความรู้ไปถ่ายทอดแก่นักศึกษาจากข้อมูลหลายด้าน นอกจากนี้ทางมหาวิทยาลัยฯ ยังมีการสนับสนุนเงินให้นักศึกษาไปทำกิจกรรมเพื่อการอนุรักษ์อีกด้วยครับ” ภพ (22 มีนาคม 2561) **สัมภาษณ์.** อาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

อภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง แนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากร ป่าไม้และสัตว์ป่าผ่านเฟซบุ๊กเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีผลการสรุปข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. เป้าหมายและวัตถุประสงค์การสื่อสารของเพจ พบว่าการสื่อสารทางเพจของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เป็นการสื่อสารด้วยสื่อรูปแบบใหม่ คือ เฟซบุ๊กเพจ ที่ถือว่าเป็นสื่อใหม่ของหน่วยงาน มุ่งตอบสนองต่อความต้องการข้อมูลข่าวสารแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกรมและประชาชนทั่วไป ซึ่งการสื่อสารทางเพจเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) ที่มีความสะดวก รวดเร็วในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประชาชนทั่วไปด้วยสอดคล้องกับแนวคิดของ พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์ (2554) สื่อสังคมออนไลน์แห่งอนาคต (Executive) สื่อใหม่ คือ สื่อแห่งอนาคตที่มีการสื่อสารอันประกอบไปด้วย ผู้ส่งสาร ข้อมูล สื่อ และผู้รับสาร ที่มีความต้องการข้อมูลที่มีความหลากหลาย และทันต่อเวลา

2. แนวทางการสื่อสารของเพจ พบว่าเพจกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช เป็นการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ภารกิจการทำงานของกรมอุทยานแห่งชาติฯ และเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในด้านวิจนะภาษาและอวิจนะภาษา ในรูปแบบของภาพ วิดีโอ บทความ กิจกรรม และการสนทนา สอดคล้องกับแนวคิดของ พงษ์ ใจชาญสุขกิจ (2553: 67 - 68) เกี่ยวกับการสื่อสารข้อมูลองค์กรผ่านสื่อออนไลน์ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอข้อมูลเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวขององค์กร เพื่อสร้างความสัมพันธ์ และความมั่นใจเกี่ยวกับการทำงานตามภารกิจเพื่อให้เกิดการยอมรับและความน่าเชื่อถือในสังคม และจากการศึกษารูปแบบการสื่อสารของเพจกรมอุทยานฯ มีแนวทางในการสื่อสารปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาการนำเสนอให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายมีการกำหนดความสม่ำเสมอในการนำเสนอเพื่อการเข้าถึงข้อมูลของประชาชน การการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชน มีการประชาสัมพันธ์และมีการแสดงปฏิสัมพันธ์ร่วมกับสมาชิกแฟนเพจ

มีการกำหนดรูปแบบและขั้นตอนการสื่อสารที่ชัดเจน เน้นการใช้ภาษาที่สุภาพ ทำให้เพจมีความน่าสนใจเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดการใช้เพจสื่อสารข้อมูลข่าวสารขององค์กร พฤติกรรมของผู้บริโภคจะมีการปรับเปลี่ยนไปตามการเติบโตของเทคโนโลยีสื่อสาร การสร้างการรับรู้ของแบรนด์ และการประชาสัมพันธ์ด้วยความที่เพชบุ๊กเป็นสื่อที่สามารถตอบโต้ได้ตลอดเวลา (Interactive Media) มีสื่อสารแบบสองทาง ส่งผลให้เกิดการรับรู้และความผูกพันระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภคได้ดี พจน์ ใจชาญสุขกิจ (2553)

จากผลการวิจัยสามารถสรุปเป็นแผนภาพแนวทางการสื่อสารของเพจบุ๊กเพจ ตามภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่า
ผ่านเพจบุ๊กเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

ที่มา: อัจจิมา สำเภาเงิน (2561)

3. การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าผ่านเพจ พบว่าการสื่อสารผ่านเพจอย่างสม่ำเสมอและมีความต่อเนื่อง จะส่งผลให้ประชาชนรู้จักหน่วยงานมากขึ้น ทั้งจากการเห็นได้ ยินข้อความผ่านทางเพจบุ๊ก ซึ่งการที่ทำให้ผู้ติดตามเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์นั้น ต้องกระตุ้นให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายรู้จักองค์กรและให้การสนับสนุนในช่วยอนุรักษ์ฯ การวางแผนจะช่วยให้สามารถติดตามการเข้าถึงเนื้อหาได้ ส่งผลให้การสื่อสารนั้นเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การมีส่วนร่วม

ของสมาชิกแฟนเพจเฟซบุ๊กของกรมอุทยานแห่งชาติฯ มีการตอบสนองที่ดีต่อรูปแบบการสื่อสาร โดยเฉพาะการนำเสนอประเด็นที่น่าสนใจเป็นเรื่องด้านสัตว์ป่า ด้านที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก อาทิ ความสงสาร โกรธ คับแค้นใจ และประทับใจ การนำเสนอข้อมูลประเภทนี้จะช่วยให้การมีส่วนร่วมต่อเพจ คือ การกดถูกใจ แสดงความคิดเห็น และส่งต่อข้อมูลจะเกิดขึ้นรวดเร็ว หากข้อมูลที่น่าสนใจสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ เช่น การนำไปใช้ต่อของสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าว หรือ การสนใจเดินทางไปท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ นอกจากนี้การส่งเสริมให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายรู้สึกว่าเป็นบุคคลสำคัญและเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์ จะช่วยสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายในการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาด้านทรัพยากรฯ ทั้งการค้าขายสัตว์ป่าผิดกฎหมาย บุกรุกพื้นที่ป่า และร่วมแสดงข้อคิดเห็นต่าง ๆ ในด้านอนุรักษ์ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์ สอดคล้องกับ อนุพันธ์ ภูพุก (2557) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ แก้ปัญหาของตนเอง ร่วมใช้ความคิด สร้างสรรค์ ความรู้ และความชำนาญ ร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสม สนับสนุนติดตามผลการปฏิบัติงานขององค์กร และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เรียนรู้ร่วมกัน และร่วมรับผลประโยชน์บนความสมดุลของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มณีรัตน์ สกุลนิมิต (2561) กล่าวว่า ทศนคติเป็นตัวแปรที่ไม่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมของผู้ติดตามเพจได้ และผู้ติดตามเพจจะมีความรู้สึกร่วมในชุมชนหรือมีแรงจูงใจก็ไม่ส่งผลต่อทศนคติ ทั้งนี้ ประชาชนจะมีความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์นั้น ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนา และตระหนักรู้ในการอนุรักษ์ให้คงอยู่ ศรีประไพพร คุ่มศัตรา (2558)

4. ความคิดเห็นต่อรูปแบบการนำเสนอข้อมูล จากการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ฯ ที่มีต่อเพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช นั้น สามารถอธิบายได้ว่ารูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย มีการเลือกเนื้อหาการนำเสนอตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีเนื้อหาข้อมูลที่ชัดเจน ใช้ภาษาที่สื่อสารเข้าใจง่าย และมีบุคลิกภาพของเพจเป็นมิตรกับประชาชน และมีการรักษาคำพูดในสิ่งที่เผยแพร่ออกไป จะยิ่งช่วยสนับสนุนให้เกิดกลุ่มสมาชิกที่มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ฯ เพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศศิวิมล ชูแก้ว (2555) ที่กล่าวว่า การใช้รูปแบบการสื่อสารแบบกึ่งทางการในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสมาชิกที่ติดตาม การพูดคุยใช้ลักษณะความสัมพันธ์แบบพี่น้องแสดงความเป็นมิตรซึ่งกันและกัน จะช่วยดึงดูดให้ผู้ติดตามเพจสนใจในเพจมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

การจัดทำเพจควรมีการจัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารในการเผยแพร่ข่าวสารให้ชัดเจน เพื่อพัฒนาการกลุ่มสมาชิกแฟนเพจ จัดตั้งเป็นกลุ่มอนุรักษ์ทรัพยากรฯ เพราะรูปแบบของเพจเฟซบุ๊กสามารถจัดตั้งเป็นกลุ่มเพื่อสร้างกิจกรรมร่วมกันได้ และทางหน่วยงานควรจัดสรรงบประมาณในการโปรโมท หรือโฆษณาที่มีล่วงหน้า เพื่อสร้างการเข้าถึงของกลุ่มประชาชนได้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- บริษัท โธส โซเชียล จำกัด. (2560). **สรุปสถิติผู้ใช้ Social Media**. ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2560, จาก <https://www.it24hrs.com/2016/stat-social-media-thai-populations/>
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2553). **นวัตกรรมการประชาสัมพันธ์ กับประเด็นการสื่อสารขององค์กรระดับโลกท่ามกลาง Social Network**. ค้นเมื่อ 2 กันยายน 2560, จาก http://www.drphot.com/images/journal/2553/corporate_communication/external/Article%20PRbook4.pdf.
- พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์. (2554). **สื่อสังคมออนไลน์สื่อสังคมออนไลน์แห่งอนาคต**. *Executive Journal วารสารนักบริหาร*. 31(4): 99 - 103.
- พีระพงษ์ หอศิลป์. (2551). **การมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์ ต้นน้ำลำในพื้นที่ประสบอุทกภัย ตำบลน้ำหมัน อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์**. สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 11 (พิษณุโลก) กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2554). **การใช้ Social Media สำหรับ CRM เพื่อสร้าง Brand Loyalty**. (ออนไลน์). ค้นเมื่อ 10 กันยายน 2560, จาก <http://www.doctorpisek.com/pisek/?p=933>.
- มณีนรัตน์ สกุนนิมิต. (2561). **การศึกษาความรู้สึกร่วมในชุมชน แรงจูงใจ ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้ติดตามแฟนเพจกลุ่มตาสตอรี่ที่มีต่อวิถีทัศน์ “นิทานหมา หมา”**. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 3(3): 60 - 61.
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง. (2558). **การสื่อสารองค์กร แนวคิดการสร้างชื่อเสียงอย่างยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรีประไพพร คุ่มศัตรา. (2558). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์ป่าชุมชน: ศึกษากรณีตำบลช่องสะเดา อำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี**. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 1(3): 59 - 67.
- ศศิวิมล ชูแก้ว (2555). **การศึกษารูปแบบและเนื้อหาการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์การตลาด คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2560). การจัดการป่าต้นน้ำเสื่อมสภาพบนพื้นที่สูงชัน (เขาหัวโล้น). ค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2560, จาก http://www.cabinet.soc.go.th/soc/Program2-3.jsp?top_serl=99314562
- อนุพันธ์ ภูพุกก์. (2557). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้างจังหวัดตราด. หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อัจจิมา สำเภาเงิน. (2561). แนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าผ่านเฟซบุ๊กกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- Chainirun, P. (2011). *Usage Social Media For CRM to create Brand Loyalty*. Retrieved on September 10th, 2018, from <http://www.doctorpisek.com/pisek/?p=933>. (in Thai)
- Chaisamret, R. (2015). *Corporate Communication : Strategic Concepts for Sustainability Reputation*. Bangkok: Chulalongkorn University .(in Thai)
- Chukaew, S. (2012). *A study of the style and content of the faculty of the University of the Thai Chamber of Commerce*. Master of Communication Arts Faculty of Communication Arts University of the Thai Chamber of Commerce. (in Thai)
- Horsil, P. (2008). *Participation of Community on Namlee Watershed Conservation in Flood Damaged Area at Tumbol Nammhun Amphur Thapla Utaradit Province*. Protected Area Regional Office 11 (Phitsanulok) Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation. (in Thai)
- Jaichansukkit, P. (2010). *Public Relation Innovation on the issue of global corporate communication in Social Network*. Retrieved on September 2nd, 2017, from http://www.drphot.com/images/journal/2553/corporate_communication/external/Article%20PRbook4.pd. (in Thai)
- Kumsattra. S. (2015). *The Participation of Citizens in Community Forest Conservation: A Case Study of Tambon Chongsadao Amphoemuang Kanchanaburi Kanchanaburi Province*. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University*. 1(3): 2016 - 2017. (in Thai)

- Poopok, A. (2014). **The People's Participation in Environmental Conservation at KohChang National Park, KohChang District, Trad Province.** Major: Public and Private Management College of Public Administration Burapa university. (in Thai)
- The Secretariat of the Cabinet. (2017). **Deforestation management Forest waters (Bald Mountain)** Retrieved August 10, 2017 from http://www.cabinet.soc.go.th/soc/Program2-3.jsp?top_serl=99314562 (in Thai)
- The Thoth Zocial Co., Ltd. (2017). **Summary of user statistics.** Retrieved August 20th, 2017, from <https://www.it24hrs.com/2016/stat-social-media-thai-populations/> (in Thai)
- Wijitboonyarak, P. (2011). *Social Media: Future Media.* **Executive Journal**, 31(4): 99 - 103. (in Thai)
- Sakulnimit, M. (2017) *A Study of follower' Sense of Community, Motivation, attitude and Behavior towards Home Video Presentation "Nitan MHA MHA" via Gluta Story Fanpage.* **Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University.** 3(3): 2017 - 2018. (in Thai)
- Sumpowngern, A. (2018). **Communication Approaches for Participation in Forest Resources and Wildlife Conservation Through Facebook Page of the Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation.** Master of Communication Arts in School of Communication Arts of Sripatum University. (in Thai)